

**Obsah**

Předmluva .....	9
<b>1 Co je marketing .....</b>	<b>11</b>
1.1 Úvod .....	11
1.2 Orientace .....	13
1.3 Neziskový sektor .....	16
1.4 Typy neziskových organizací .....	18
1.5 Posuzování výkonnosti neziskových organizací .....	19
1.6 Kvalita v neziskové sféře .....	20
1.7 Marketing a životní prostředí .....	22
1.8 Marketing a prodej .....	23
1.9 Závěr .....	25
1.10 Případová studie .....	26
<b>2 Marketingové aktivity .....</b>	<b>28</b>
2.1 Potřeba marketingu .....	28
2.2 Kdo jsou zákazníci? .....	32
2.3 Důležitost marketingové orientace .....	35
2.4 Vytváření správného image .....	36
2.5 Vlivy na chování spotřebitelů .....	38
2.6 Marketing v neziskovém sektoru .....	39
2.7 Případová studie .....	41
<b>3 Marketingový plán .....</b>	<b>43</b>
3.1 Jakým obchodem se zabýváme? .....	43
3.2 Programové prohlášení .....	45
3.3 Cíle .....	47
3.4 Strategické plánování .....	48
3.5 Organizace orientovaná na zákazníka .....	49
3.6 Podnikové plánování a marketingový plán .....	53
3.7 Případová studie .....	57

4	Marketingový výzkum .....	59
4.1	Co je marketingový výzkum .....	59
4.2	Marketingový výzkum služeb .....	61
4.3	Průzkum trhu .....	62
4.4	Cíle marketingového výzkumu .....	64
4.5	Rozhodnutí.....	65
4.6	Metody marketingového výzkumu .....	66
4.7	Rozpočet marketingového výzkumu.....	70
4.8	Případová studie .....	71
5	Shromažďování marketingových informací .....	73
5.1	Úvod .....	73
5.2	Pozorování .....	74
5.3	Interview .....	75
5.4	Dotazníky.....	77
5.5	Výběr vzorků .....	78
5.6	Experimenty .....	86
5.7	Závěr .....	86
5.8	Případová studie .....	87
6	Marketingový audit.....	90
6.1	Co je marketingový audit .....	90
6.2	Sociální faktory .....	90
6.3	Technologické faktory .....	93
6.4	Ekonomické faktory .....	93
6.5	Politické faktory .....	94
6.6	Konkurence .....	95
6.7	Trh.....	96
6.8	Analýza SWOT .....	98
6.9	Případová studie .....	100
7	Marketingový mix .....	103
7.1	Čtyři součásti.....	103
7.2	Marketingový mix služeb.....	105
7.3	Konkurenceschopnost .....	105
7.4	Optimální marketingový mix.....	107
7.5	Manipulování s marketingovým mixem .....	108
7.6	Neziskový marketingový mix .....	108
7.7	Případová studie .....	109

8	Výrobky a služby .....	111
8.1	Co je výrobek (služba).....	111
8.2	Klasifikace výrobků (služeb) .....	112
8.3	Služby .....	113
8.4	Získání správného výrobku.....	114
8.5	Analýza životního cyklu výrobku (služby) .....	118
8.6	Řízení výroby a prodej výrobků.....	123
8.7	Segmentace trhu .....	125
8.8	Paretův efekt.....	127
8.9	Bostonský diagram.....	128
8.10	Ansoffova matice .....	130
8.11	Diferenční analýza.....	131
8.12	Případová studie .....	133
9	Cena .....	136
9.1	Úvod .....	136
9.2	Cenová politika .....	138
9.3	Vliv trhu na cenu.....	142
9.4	Vliv zákazníka na cenu.....	146
9.5	Vliv prostředí na cenu .....	147
9.6	Cíle cenové politiky .....	148
9.7	Cenová diskriminace.....	149
9.8	Cenová politika ve službách .....	150
9.9	Závěr .....	150
9.10	Případová studie .....	152
10	Místo .....	153
10.1	Úvod .....	153
10.2	Distribuční kanály .....	154
10.3	Řízení odbytových cest .....	155
10.4	Délka a šíře odbytových cest .....	156
10.5	Přímé a nepřímé odbytové cesty .....	158
10.6	Logistika .....	159
10.7	Závěr .....	160
10.8	Případová studie .....	161

11 Propagace .....	163
11.1 Propagační mix .....	163
11.2 Rozhodnutí koupit .....	165
11.3 Reklama .....	166
11.4 Vztahy s veřejností a publicita .....	172
11.5 Osobní prodej .....	173
11.6 Podpora prodeje .....	178
11.7 Propagační mix a životní cyklus výrobku .....	179
11.8 Případová studie .....	180
12 Kontrola plnění marketingového plánu .....	183
12.1 Kontrola .....	183
12.2 Plánování .....	183
12.3 Kontrolní systémy .....	184
12.4 Spokojenost spotřebitele .....	187
12.5 Kvalita .....	190
12.6 Efektivní organizace .....	191
12.7 Řízení marketingu .....	193
12.8 Styly řízení marketingu .....	193
12.9 Případová studie .....	194
Zákon č. 248/1995 Sb. ze dne 28. září 1995 o obecně prospěšných společnostech a o změně a doplnění některých zákonů .....	197